

Śmieciowy biznes rokwita



Wiktor Legowicz: – *Mamy coraz więcej śmieci*

i jest to coraz większy biznes. Firmy inwestują miliony złotych. My również coraz chętniej segregujemy odpady. Oddaliśmy na przykład 650 tysięcy ton papieru na makulaturę. Oddajemy też zużyte oleje i baterie.

Andrzej Nierychło („Puls Biznesu”): – To przepiękna sytuacja, gdzie podaż spotyka się z popytem. A popyt jest niezgłębiony, bo wyobraźmy sobie te zwały śmieci za 50, 100 czy 200 lat...

Legowicz: – *Zwłaszcza tych niebezpiecznych, takich jak baterie.*

Nierychło: – Albo plastikowe butelki. Wystarczy wyjechać gdzieś za miasto na łąkę czy do lasu i zobaczyć, ile tego leży. Więc biznes śmieciowy sam się rozkręca. Istnieje przecież odwieczna zasada, że za „pracę w brudzie” bierze się największą kasę. Ci, którzy już raz się zdecydowali, mają murowane zyski.

Międzynarodowy księgowy

Legowicz: – *Proszę sobie wyobrazić, że w Bułgarii i Rumunii jest już zarejestrowanych kilkaset polskich przedsiębiorstw. Co o tym decyduje? Oczywiście, niskie koszty pracy, bardzo duże rynki zbytu i niskie podatki. Minus to duża korupcja.*

Halina Bińczak („Rzeczpospolita”): – Trzeba jeszcze dodać, że są to kraje, które będą w Unii. Co do kosztów pracy, to jednak jest to efekt przejściowy. Podobnie było przecież chociażby w Estonii. Teraz te koszty szybko rosną.

Legowicz: – *Ale niskie podatki to duży atut.*

Bińczak: – Tak, ale na Węgrzech podatek od osób prawnych jest bardzo podobny. Generalnie jednak przedsiębiorstwa z nowych krajów Unii odważniej wchodzi na rynki krajów debiutujących w UE. Czują się tam swobodniej, mają swoje doświadczenia z transformacji itp.

Legowicz: – *Tymczasem polscy księgowi są pilnie poszukiwani w Wielkiej Brytanii.*

Bińczak: – Do tej pory uważano, że możliwości przeniesienia się za granicę mają przedstawiciele konkretnych zawodów takich jak lekarze, inżynierowie itp. To, że księgowi, którzy przecież uczyli się na przepisach obowiązujących w Polsce, znajdują tam pracę, świadczy o ich międzynarodowych kwalifikacjach. To bardzo pocieszająca wiadomość.

Amerikanin na prezenty dla swoich pociech wydaje rocznie 360 dolarów, Polak zaledwie 25! Nawet Czesi i Węgrzy są od nas dwa razy bardziej hojni

Zabawa w biznes

TYGODNIK
ANGORA

„Cobi” to nazwa, która nic nie oznacza, jest krótka i dobrze brzmi w obcych językach.

W Polsce niemal każdemu dziecku, a na pewno chłopcu, kojarzy się z klockami.

O dziwo, ten największy w naszym kraju konkurent duńskiego koncernu „Lego” jest polską firmą, której siedziba mieści się w Mielcu i na peryferiach Warszawy.

– Zawsze uwielbiałem zabawki i to zostało mi do dziś – śmieje się Robert Podleś, dyrektor generalny i główny udziałowiec spółki. – Całe dzieciństwo marzyłem o kolejce, niestety, nigdy jej nie dostałem. Miałem za to bardzo wiele różnych klocków.

W dorosłym życiu, które rozpoczęło się w późnym PRL-u, Podleś zainwestował w kupno maszyn do gry, które jako agent stołecznej „Estrady” wstawiał do lokali gastronomicznych. Dorobił się 15 maszyn, co pozwalało na dostatnie życie i zgromadzenie niemalych oszczędności.

W drugiej połowie lat osiemdziesiątych pan Robert zdecydował się na produkcję puzzli. Żeby być przedsiębiorcą, musiał jednak wstąpić do spółdzielni rzemieślniczej „Rembertów”.

– Pierwsze puzzle to były obrazki z piaskami liczące po 20 elementów – wspomina dyrektor. – Dziś brzmi to zabawnie, ale wówczas razem z sopockim „Treflem” byłem jedynym krajowym producentem i sprzedawałem na pniu wszystko, co tylko zdołałem zrobić.

W 1987 roku Podleś opracował grę planszową pod nazwą „Koman-dosi”. Tygodnik „Razem” uznał ją za grę roku.

– Była to pierwsza polska zabawka, którą reklamowano w telewizji – mówi właściciel. – Reklama miała chyba tylko pięć emisji, ale sukces był ogromny. Nie mogliśmy nadażyć z produkcją. Sprzedaliśmy ponad 100 tysięcy sztuk, a rentowność przekroczyła 30%. Zarobione wówczas pieniądze pozwoliły nam moc-

no stanąć na nogi i skoncentrować się na produkcji klocków.

Polak potrafi

„Cobi” SA to grupa trzech firm: handlowej (zajmującej się importem zabawek), konstrukcyjnej i produkcyjnej. Dwie pierwsze w stu procentach należą do rodziny Podlesiów. W trzeciej, mieszczącej się w specjalnej strefie ekonomicznej w Mielcu, 20 procentami udziałów dysponuje „Best-lock”, spółka o amerykańsko-brytyjskim kapitale z siedzibą w Hongkongu.

– W Mielcu jesteśmy już 10 lat – informuje Robert Podleś. – Niestety, fatalny stan naszych dróg i oddalenie od Wybrzeża oraz Warszawy sprawiają, że położenie pozostawia wiele do życzenia. Najwięcej na-

W sytuacji, gdy coraz większą wagę przywiązują do automatyki, to ogromna wartość.

W ubiegłym roku zatrudnienie w całej grupie wzrosło do 250 osób, łączny obrót przekroczył 25 milionów złotych. W tym roku prawdopodobnie będzie o 20% większy.

– Od kilku lat każdego roku nasza sprzedaż wzrasta o jedną piątą – mówi z dumą dyrektor. – Większość tej kwoty przypada na stale rosnącą własną produkcję. To bardzo trudne zadanie, gdyż marże handlowe, jakie obowiązują w naszej branży w Polsce, należą do najniższych w Europie i cywilizowanym świecie. To mniej niż 5%. Także zysk producentów zabawek nie przekracza tej wielkości. A przecież aż 60% naszych klocków trafia na eksport.



Klocki, z których można ułożyć statki piratów, to sztandarowe modele „Cobi”. Największe liczą tysiąc elementów i jak zapewnia producent, po dokładnym złożeniu mogą przez wiele godzin pływać nawet w największej wannie

Fot. Materiały reklamowe firmy

szych wyrobów jedzie w świat *via* Hamburg i ten niewielki odcinek z Mielca do granicy z Niemcami to prawdziwa droga przez mękę. Kiedyś zastanawiałem się nad przeniesieniem produkcji do Chin. Tam pracownicy zarabiają grosze i są niesamowicie zdyscyplinowani. Pamiętam, byłem w hali, gdzie zabawki montowało co najmniej tysiąc robotnic. Gdy wszedłem z ich szefem, ani jeden nie oderwał wzroku znad lampy. U nas to nie do pomyślenia. Ale za to polscy pracownicy biją na głowę Chińczyków kulturą techniczną.

Większość rozliczeń przeprowadza się w walucie amerykańskiej, dlatego gdy dziś cena dolara spadła poniżej 3 złotych, zysk staje się czysto symboliczny. Mimo to trzymamy się mocno. Przed dziesięciu laty chciała nas kupić pewna włoska firma. Nie przystąpiliśmy do negocjacji i mieliśmy rację, bo dziś Włosi są od nas dużo mniejsi.

W ofercie handlowej spółki znajduje się ponad 3 tys. zabawek. Od małego modelu samochodu kosztującego około 4 złotych, po napędzany silnikiem elektrycznym dzie-



Roczna sprzedaż firmy każdego roku wzrasta o 20%, w 2005 roku przekroczyła 25 milionów złotych

Fot. Autor

cięcy bolid Formuły 1, którego cena w „Cobi” wynosi 1300 zł. Od wielu lat firma jest partnerem i dystrybutorem zabawek tak znanych koncernów jak „Revell”, „Shelcore”, „Maisto”, „Toy-Biz”, „Famosa” i „Disney”. Jednak najważniejsza pozycja w budżecie to 120 modeli własnych klocków konstrukcyjnych, które przekładają się na 30% obrotów.

– W produkcji klocków jesteśmy prawdziwą potęgą. W Polsce już deptemy po piętach Duńczycyom z „Lego” – mówi z dumą Podleś. – Po „Lego” i „Mega Bloks” wyszliśmy na trzecie miejsce na świecie. Co prawda Duńczycy mają od nas sto razy większą sprzedaż, ale ich firma ma 90 lat.

Wojna z Duńczycami

Z klocków „Cobi” można ułożyć zamki, domy, samochody, żołdgi, armaty i samoloty. Prawdziwym przebojem ostatnich lat są zestawy składające się z tysiąca elementów, z których można zbudować piracki okręt z żaglami, armatami i oczywiście figurkami piratów. Jak zapewnia właściciel, po złożeniu żaglowiec może godzinami pływać nawet w największej wannie. Jednak klocki „Cobi” mają jeszcze jedną, może największą zaletę: bez problemów można je łączyć z klockami firmy „Lego”.

– Oczywiście, nigdy nie kopiowaliśmy „Lego” – zapewnia właściciel. – Jesteśmy równie dobrzy jak oni i prawie trzy razy tańsi. To musi denerwować. Dlatego gdzie mogą, Duńczycy uprzykrzają nam życie i wytaczają procesy, w których domagają się nie tylko zaprzestania przez nas produkcji, ale nawet zniszczenia form. W Polsce proces trwał ponad siedem lat i zakończył się naszym zwycięstwem dopiero w Sądzie Najwyższym. Zwyciężyliśmy też w Niemczech i w lutym tego roku w Szwecji. Teraz kolejna sprawa

toczy się na Węgrzech, gdzie na początku obecnej dekady w kilku sieciach handlowych zdystansowaliśmy „Lego”. W pierwszej instancji proces trwa już cztery lata. Przez ten czas zakazano nam sprzedaży. Oczywiście, jestem pewny wygranej i obiecuję pozew o utracone korzyści. W naszym konflikcie z „Lego” jest drugie dno. Otóż Duńczycy wzorowali swoje klocki na opatentowanym podczas wojny pomysłem pewnego Anglika, któremu jednak nie zapłacili za to ani pensa.

W pionierskim okresie firmy niemal wszystkie wzory osobiście opracowywał Robert Podleś. Dziś projektowaniem zajmują się plastycy z Chin i Kanady.

Gdy nowy model klocków zrodził się w głowie projektanta, ten przelewał pomysł na papier. Kolejny etap to wykonanie prototypu z żywicy. Następnie do pracy przystępuje komputer. Jedną z ostatnich faz to wykonanie form. Każdy najmniejszy kłoczek musi mieć własną formę.

Formy to największy skarb firmy. Spółka ma ich ponad 400 i liczba ta stale rośnie. Wszystkie wykonuje się za pomocą sterowanych numerycznie maszyn ze specjalnej stali, której tona kosztuje kilkadziesiąt tysięcy dolarów.

Nic dziwnego, że przygotowanie do produkcji kolekcji klocków z serii „Piraci” zajęło aż osiem miesięcy i kosztowało kilka milionów złotych.

Jeszcze przed wdrożeniem produkcji spółka stara się zakontraktować nowe modele u światowych dystrybutorów. Taka polityka niesie jednak ze sobą ryzyko kopiowania nowości przez konkurencję.

Nie tak dawno jeden z modeli, razem pudełkiem, został skopiowany przez chińskiego producenta. Jednak dzięki szybkiej reakcji reprezentującej „Cobi” światowej firmy prawniczej chiński sąd zakazał dalszej produkcji.

Na podbój Afganistanu

W kraju spółka bezpośrednio opatruje 400 sklepów z zabawkami. W 150 z nich ma własne wyodrębnione półki. Poza „Makro Cash&Cary” jest obecna we wszystkich wielkich sieciach handlowych. Co 50 zabawka kupowana jest przez internet.

Klocki „Cobi” można spotkać w sklepach większości państw Unii Europejskiej, w Australii i Nowej Zelandii, a nawet w tak egzotycznych krajach jak Kazachstan i Afganistan.

– W Afganistanie wielkim powodzeniem cieszą się nasze klocki militarne – wyjaśnia dyrektor. – Ale zdecydowanie najlepszymi rynkami są dla nas Wielka Brytania i USA. Ameryka to ogromny i niezwykle bogaty rynek, to kraj, z którym wiążemy największe nadzieje na rozwój naszej firmy. Zapewne już niedługo zaczniemy być widoczni za naszą zachodnią granicą. Niemcy mają pełnego bzika na punkcie zabawek. Liczba dorosłych kolekcjonerów, którzy w swoich domach mają koleжки, ba, całe węzły komunikacyjne, i bawią się mimo 40, a nawet 60 lat, idzie w setki tysięcy osób.

Przed laty wróżyono kres tradycyjnym zabawkom konstrukcyjnym, które miały wyprzeć zabawki elektroniczne. Na szczęście tak się nie stało. Za to w ostatnim czasie obserwujemy systematyczne obniżanie się dolnej granicy wieku dzieci będących klientami sklepów z zabawkami. Współczesny 12-latek nie bawi się już klockami. Ma komórkę, komputer, MP3. Tak dzieje się na całym świecie. Dlatego „Cobi” stale musi zwiększać wydatki na promocję i reklamę. Obecnie to około 5% obrotu.

Spółka jest obecna na największych światowych targach w Norymbardze, Hongkongu i Nowym Jorku (w Ameryce reprezentuje ją „Best-lock”).

– Często zastanawiam się, co zdecydowało o moim sukcesie – mówi Robert Podleś. – Pewnie trochę szczęścia i bardzo wiele czynników, ale najważniejszym był chyba ten, że mimo upływu lat nadal mam w sobie wiele z małego chłopca. Co prawda dziś z samochodów zabawek przesiadłem się na prawdziwe terenówki, zamiast z plastikowych karabinków, na strzelnicę strzelam z prawdziwych, nie bawię się też modelami samolotów, za to już niedługo będę mógł pilotować prawdziwe duże maszyny, ale nadal lubię z moimi dziećmi przetestować każdą nową zabawkę.

KRZYSZTOF RÓŻYCKI

Pasza czy rarytasy

Legowicz: – *Przeciętny Polak bywa w restauracji kilka razy w roku, w przeciwieństwie do Francuza, który chodzi do knajpy nawet siedemdziesiąt razy w roku. Restauracje w Polsce to zatem wielki rynek, nic więc dziwnego, że światowe sieci są nim bardzo zainteresowane.*

Jacek Mojkowski („Polityka”): – To są zazwyczaj firmy z branży typu fast food. Krótko mówiąc, taka pasza dla zagonionego człowieka.

Legowicz: – *Ale są też sieci eleganckich restauracji.*

Mojkowski: – Istotnie, Polska jest tym rynkiem szalonych możliwości. To tak jak w tej anegdocie o facetach, którzy pojechali do Afryki sprzedawać buty z Europy. Jeden twierdził, że tam nie ma w ogóle rynku, bo wszyscy chodzą na bosaka. A drugi powiedział, że to znakomity rynek, bo... wszyscy chodzą na bosaka. I podobnie jest u nas, bo mało kto w Polsce chodzi do restauracji. Z drugiej jednak strony w Nowym Jorku widziałem najwięcej grubasów na jednym metrze kwadratowym.

Rosja importuje... kawior

Legowicz: – *Proszę sobie wyobrazić, że Chińczycy chcą pracować na naszych budowach. Żądają 600 dolarów miesięcznie.*

Mojkowski: – To syndrom tego, że Polacy uciekają z kraju budować zupełnie inne światy. Mam jednak nadzieję, że Chińczycy nie będą u nas stawiać budynków w stylu pagody.

Legowicz: – *A wie pan, że francusko-szwajcarska firma będzie eksportowała do Rosji... kawior?*

Niercycho: – Dodam jeszcze, że jednym z dużych dostawców kawioru na rynki międzynarodowe jest w tej chwili Polska.

JB

(Na podstawie codziennych audycji Wiktora Legowicza w „Trójce” od 20 do 24 listopada 2006 r.)



Rys. Katarzyna Zalepa